

POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

Alena Tikhonova

VENÄLÄISTEN JUHLIEN HUOMIOIMINEN RAVINTOLAYHTIÖN PALVELUS-
SA
CASE: AVECRA OY

Opinnäytetyö
Joulukuu 2012



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2012
Matkailun koulutusohjelma

Länsikatu 15
80110 JOENSUU
p. 050 5412158

Tekijät

Alena Tikhonova

Nimeke

Venäläisten juhlien huomioiminen ravintolayhtiön palvelussa

Toimeksiantaja

Avecra Oy

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää toimeksiantajalle venäläisiin juhliin sopivia myyntikampanjoita ja venäläisiä ruokia, joita toimeksiantaja voi hyödyntää Allegro-junan ravintolapalveluissa. Lisäksi opinnäytetyössä tehtiin venäläisten vuotuisjuhlien kalenteri.

Työn tarkoituksena oli myös antaa toimeksiantajalle tietoa venäläisestä kulttuurista, jotta yritys voisi jatkossa kehittää venäläisten asiakkaiden palvelua.

Opinnäytetyössä suunniteltiin ruokia ja myyntikampanjoita venäläisten vuotuisjuhlien pohjalta. Suunnitelmassani käytin kirjallisuutta sekä omia havaintojani ja tietojani. Ruokalistan suunnittelussa oli tärkeää ottaa huomioon myös muut kuin venäläiset asiakkaat.

Venäläisten vuotuisjuhlien kalenterista näkyy, milloin venäläisillä on juhlapäiviä ja pitkiä lomia. Sen tarkoituksena on auttaa toimeksiantajaa ennakoimaan ruuhkia ja parantamaan asiakaspalvelua.

Kieli

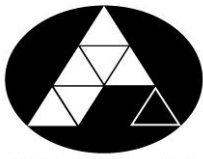
suomi

Sivuja 30

Liitteet 17

Asiasanat

venäläinen ruoka- ja tapakulttuuri, venäläisten vuosittaisten juhlien kalenteri, matkailupalvelun myyntikampanja

 <p>NORTH KARELIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</p>	<p>THESIS December 2012 Degree Programme in Tourism</p> <p>Länsikatu 15 FIN 80110 JOENSUU FINLAND Tel. +358 50 5412158</p>	
<p>Authors</p> <p>Alena Tikhonova</p>		
<p>Title</p> <p>Sales-campaign for the Allegro-train restaurant services</p> <p>Commissioned by</p> <p>Avecra</p>		
<p>Abstract</p> <p>The aim of my study is to create products that the Avecra restaurant services will be able to utilize during Russian national holidays. I created a calendar of the national holidays in Russia. In my study I also introduce Russian food culture.</p> <p>I tried to develop products that will be easy to sell. In my study I used literature, my own knowledge and my observations. The main point was to develop products and services which please Russian customers as well as other nationalities.</p> <p>In my study I give information about national holidays in Russia and typical foods and beverages. The calendar shows when there are holidays and long weekends in Russia and it helps to prepare the stuff for a possible increase of workload.</p>		
<p>Language</p> <p>Finnish</p>	<p>Pages 30</p> <p>Appendices 17</p>	
<p>Keywords</p> <p>traditional Russian food and customs, calendar of Russian national holidays, sales-campaigns</p>		

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Työn tarve ja tausta.....	6
3	Toimeksiantaja	7
4	Matkailupalvelun käsitteitä ja niiden merkitys palvelussa	9
5	Venäläinen tapa- ja ruokakulttuuri.....	12
5.1	Kansallinen kulttuuri	12
5.2	Ruokakulttuuri	14
5.3	Juomakulttuuri.....	15
5.4	Juhlakulttuuri ja viralliset juhlapäivät	16
6	Markkinointikampanja	21
6.1	Myyntityö asiakaspalvelussa	21
6.2	Myyntikampanjan suunnittelu ja toteutus	23
6.3	Kampanjat sesongeittain.....	24
7	Kalenteri vuosittaisista juhlista	27
7.1	Venäjän vuosittaisten juhlien kalenteri	27
8	Pohdinta.....	29
	Lähteet.....	31

Liitteet

Liite 1	Menu take away -tuotteista ryhmille
Liite 2	Allegron kulkuajat
Liite 3	Uuden vuoden ja joulun kampanja
Liite 4	Olivier-salaatti
Liite 5	Hyytelöity liha
Liite 6	Omenoiden kera paahdettua hanhea
Liite 7	Isänmaan puolustajien päivän kampanja
Liite 8	Naudanpataa venäläiseen tapaan
Liite 9	Laskiaisviikon kampanja
Liite 10	Letut marjojen kera
Liite 11	Ortodoksisen paaston kampanja
Liite 12	Paastopiiras unikonsiementen kera
Liite 13	Perunavuoka
Liite 14	Syyskampanja
Liite 15	Borsch-keitto
Liite 16	Lihaseljanka
Liite 17	Hernekeitto savulihan kera

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aihe on venäläisten juhlien huomioiminen ravintolayhtiön palveluksessa. Opinnäytetyöni toimeksiantaja on AVECRA Oy. Tavoitteena oli saada selville, kuinka venäläinen kulttuuri ja venäläiset vuosijuhlat voivat vaikuttaa suomalaisen yrityksen toimintaan. Sen lisäksi tarkoituksena on lisätä myyntiä ja parantaa asiakaspalvelua. Olen ollut töissä ravintolavaunuissa AVECRA Oy:llä Allegro-junassa alusta alkaen sekä olin Sibelius-junassa pari vuotta. Työn aikana olen tehnyt kaikenlaisia töitä. Marraskuussa 2010 ennen Allegron alkua minut kutsuttiin myyntipalveluun. Tarkoitus oli, että palvelen venäjän-kielisiä asiakkaita, mutta suurin osa asiakkaista on suomalaisia, koska Venäjällä ei ole kehitetty pöytävarauksia ravintolavaunuun. Olin myyntipalvelussa vuonna 2011 tiistaisin ja torstaisin, ja vuodesta 2012 lähtien olen ollut sijaisena sairaus- sekä loma-aikana. Myyntipalvelun töihin kuuluu asiakkaiden palveleminen puhelimitse ja sähköpostitse, ruokien tilaaminen ravintolavaunuun ja osastoille, kabinettien varaaminen Helsingin ja Pasilan asemilta, tilausvaunujen ruokatilauksen hoitaminen sekä muut catering-tilaukset, jotka koskevat junia, asemakahviloita ja ravintoloita. Sen lisäksi myyntipalvelun aikana olen auttanut kampanjoiden tekemisessä ja käänöksissä, ja olen seurannut, kuinka kampanja suunnitellaan ja toteutetaan. Myyntipalvelun tehtäviin kuului myyntikampanjan julisteiden tarkistaminen sekä valmistaminen painoon, tietojen kirjoittaminen henkilökuntaa varten ja valmiiden julisteiden paikalle laittaminen Allegro-junissa. Lisäksi aloitin joulukuussa 2012 tuotekehitysryhmässä. Tuotekehitysryhmä kokoontuu noin kolme kertaa vuodessa. Ryhmässä on edustettuina sekä Allegron että kotimaan junien ravintolavaunujen henkilökunta. Sen tarkoitus on maistaa, ehdottaa sekä valita uusia ruokia menuun sekä kehittää uusia myyntikampanjoita. Hyödynnän opinnäytetyössäni näitä kaikkia työelämästä saatuja tietoja ja taitoja.

2 Työn tarve ja tausta

Tieteellisen tekstin kirjoittamisessa ei riittä vain virheettömän ja ymmärrettävän tekstin laatiminen. Tärkeätä on sisällön tuottaminen. Täytyy muistaa myös tieteellisen kirjoittamisen säännöt, jotka koskevat esimerkiksi lähteiden käyttöä ja viittaustekniikkaa. (Kniivilä, Lindblom-Ylänne & Mäntynen 2007, 12–13.)

Tieteellisen tekstin kirjoittaminen alkaa siitä, että valitaan aihe. Aiheen valintaan vaikuttavat monet asiat, kuten oma kiinnostus, opiskelu ja työympäristö sekä koulukurssit. (Kniivilä, Lindblom-Ylänne & Mäntynen 2007, 25.) On todettu, että hyvä opinnäytetyöaihe tulee, jos idea nousee koulutusohjelman opinnoista ja sen avulla pystyy luoda yhteyksiä työelämään (Vilka & Airaksinen 2003, 16). Sen jälkeen aloitetaan valmistautuminen, joka sisältää tietojen ja ideoiden hankkimista sekä lähteiden etsimistä kirjastosta tai muista paikoista kuten esimerkiksi Internetistä. Kirjoittamisen aikana teksti muuttuu ja kehittyy, koska kirjoittamisen ja erilaisten lähteiden lukemisen edetessä oma näkökulma voi vaihtua. (Kniivilä, Lindblom-Ylänne & Mäntynen 2007, 25.) Myös palautteen saaminen on kirjoitusprosessissa tärkeää, vaikka jollekin se voi olla vaikeaa. Täytyy ymmärtää, että palautteet auttavat jäsentämään omaa ajattelua sekä saamaan selville toisten ihmisten näkökulmia, jotka voivat kehittää oman tekstin kirjoittamista. (Kniivilä, Lindblom-Ylänne & Mäntynen 2007, 43.)

Aiheen valinnassa minua auttoivat työelämästä saadut kokemukset sekä opiskelu peruskoulussa ja lukiossa Venäjällä sekä ammattikoulussa ja ammattikorkeakoulussa Suomessa. Molempien maiden kulttuuri on minulle tuttu. Asuminen toisessa maassa tuo uusia tottumuksia, vaikuttaa mielipiteisiin sekä laajentaa elämänkatsomusta. Silloin kun tutkitaan uutta kulttuuria ja perinteitä asenteemme muuttuu ja alamme soveltaa erilaisia tarkastelutapoja niin itseemme kuin kulttuuriimme. (Suojanen 1996, 4.)

Aineistona käytän Internet-lähteitä, sekä suomalaisia ja venäläisiä kirjoja kulttuurista ja muuta kirjallisuutta ruokakulttuurista ja Venäjästä. Opinnäytetyön aikana vertailin venäläistä ja suomalaista kulttuuria ja niiden eroja. Olen lukenut

paljon erilaista kirjallisuutta Venäjästä ja myös Suomesta. Monia lukemiani kirjoja en ole laittanut opinnäytetyöhöni, mutta ne ovat kuitenkin antaneet uusia näkökulmia ja herättäneet ajatuksia. Kirjoittamisen aikana sain paljon tietoa molempien maiden kulttuurista. Sen lisäksi teoriapohja työssäni koostuu myyntityön ja matkailualan käsitteiden määrittelystä.

3 Toimeksiantaja

Toimeksiantajani on Vecra Oy, joka on VR Osakeyhtiön ja Rail Gourmet Groupin omistama ravintolayhtiö. Se tarjoaa monipuolisia ravintola-, kahvila- ja kioskipalveluita rautatieasemilla ja kaukoliikenteen junissa. Vecra Oy:ssä työskentelee noin 350 ammattilaista, jotka palvelevat asiakkaita 160 junassa ja 17 myyntipisteessä ympäri Suomea. (Vecra Oy 2012.)

Opinnäytetyöni koskee ravintolapalveluita Bistro Allegro -ravintolavaunussa. Allegro on VR-yhtymän ja Venäjän rautateiden, RZD:n, yhteishanke. Vecra Oy on solminut Allegro-junia koskevan ravitsemispalvelusopimuksen VR:n ja RZD:n (Venäjän rautatiet) kanssa. Sopimuksen kesto on 3 + 2 vuotta (30.6.2014 asti, optio 2 vuotta). Sopimuksessa on määritetty ravintolavaunulle tietyn tasoinen ja laajuinen tuotevalikoima sekä 1. luokan palvelukokonaisuus. Ravintolavaunutuotteet ovat esivalmistettuja, paikan päällä lämmitettäviä ja nopeasti reseptin mukaan koottavia. Tuotevalikoimassa on huomioitu venäläiset ja suomalaiset maut. Tarjolla on myös osastoille vietäviä take away -tuotteita, jotka saa myös tilata etukäteen myyntipalvelun kautta (liite 1). 1. luokan matkustajille Vecran henkilökunta jakaa istumapaikalle lipun hintaan sisältyvän kylmän ateriasetin. Asiakas voi myös ottaa koko matkan ajan kahvia ja teetä itsepalvelupisteestä vaunun keskiosassa. Sen lisäksi asiakkaalle myydään kärrystä juomia ateriasettien yhteydessä. Anniskelulupa on haettu ravintolavaunuun ja ensimmäiseen luokaan. Muissa vaunuissa alkoholijuomien nauttiminen on kielletty. Sopimuksen mukaisesti tarjoilija työskentelee 1. luokassa 1,5 t/suunta. Sopimusta valvovat VR ja RZD. Allegro-junien ravintolavaunuissa työskentelee kolme kansalaisuutta: suomalaiset, virolaiset ja venäläiset. Samalla RZD:n ja

VR:n konduktöörit tekevät töitä pareina. Kansainväli-sissä junissa kaikkien kansojen ihmisten täytyy toimia yhdessä, vaikka välillä voidaan törmätä kulttuurien tai mentaliteettien eroihin. Tässä työssä henkilön täytyy olla neutraali ja yrittää ymmärtää toista henkilöä.

Allegro-junien liikennöinti alkoi 12. joulukuuta 2010. Suomalainen Sibelius-juna ja venäläinen Repin-juna jäivät Allegro-liikenteen alkaessa pois Helsingin ja Pietarin väliltä. Pian kahden vuoden ajan Allegro-juna on kuljettanut matkustajia nopeasti ja ympäristöystävällisesti kahden pohjoisen metropolin välillä. Vain kolmen ja puolen tunnin matka keskustasta keskustaan on houkutellut matkaan jo yli puoli miljoonaa matkustajaa. Matka-aika on lyhentynyt aiemmasta kaksi tuntia. (Zetterberg 2011, 447.)

Matkailutuotteen määritelmä koostu viidestä osasta: kohteen vetovoimatekijöistä, kohteen palveluista, saavutettavuudesta, mielikuvista sekä hinnasta (Kompula & Boxberg 2002, 11). Allegron imago on ”nopea juna”, juuri sen takia ravintolavaunu on nimetty Bistrokksi. Nimi ”Bistro” valittiin, koska venäjän kielessä sana быстро ”bystro” tarkoittaa joutuisasti, nopeasti, pian, josta on aikanaan tullut lainasana ranskan kieleen. Bistro-sana on tunnettu myös kansainvälisesti. Allegron matkustajat voivat pitää kokousta yli 200 kilometrin nopeudessa, ja Allegrossa on maailman ainoa nopeassa junassa oleva lasten leikkiapaikka.

Asiakkaiden mukavuuden vuoksi Allegro ajaa neljä vuoroa päivässä (liite 2). Se helpottaa asiakkaiden aikataulun suunnittelua. Jotkut matkustajat tulevat ensimmäisellä junalla ja lähtevät takaisin viimeisellä. Yhdeksän tuntia junavuorojen välillä riittää ostosten tekoon ja asioiden hoitamiseen. Allegro-konseptien mukaan asiakasta pitää palvella nopeasti ja ammattitaitoisesti. Palvelun on oltava nopeaa myös siksi, että ravintolavaunussa on rajalliset aukioloajat. Se on auki Helsingistä Vainikkalaan ja Viipurista Pietariin. Vainikkalan ja Viipurin välillä ravintolavaunu on suljettu rajamuodollisuuksien vuoksi.

Allegro-junien matkustajamäärä kasvaa koko ajan. Tämän vuoden tammi-kesäkuussa on tehty 164 000 matkaa, joka on 20 prosenttia enemmän kuin viime vuonna. Heinäkuussa junan matkustajamäärä ylittyi puolen miljoonan mat-

kustajia. (Poutanen 2012, 4.) Allegrossa voi nähdä kaiken tyyppistä matkailijoita – liikematkustajia, ryhmämatkailijoita, transit-matkailijoita, yhden sekä monen päivän matkailijoita. Matkustajien määrä riippuu ajasta ja viikonpäivästä. Perjantaina ja sunnuntaina päiväjunissa on eniten asiakkaita. Allegro-junassa on 342 matkustajapaikkaa sekä kaksi paikkaa liikuntarajoitteisille matkustajille. Junan 2. luokkaan mahtuu 296 matkustajaa ja 1. luokassa on 48 paikkaa. (Alstom Finland Oy 2010, 4.) Suurin osa ensimmäisen luokan matkustajista on liikematkustajia.

VR ja RZD tekevät yhteistyötä matkatoimiston kanssa. Matkustaja voi ostaa valmismatkan, joka sisältää junalipun Allegroon ja majoituksen Pietarissa. Sen lisäksi matkatoimisto auttaa viisumin hakemisessa. Matkatoimisto Lähialuematkat on avannut 13. elokuuta 2012 toimiston Helsingin asemalle. Toimistosta voi ostaa mm. matkapaketteja ja viisumeita Venäjälle.

Allegrossa työskentelevät VR, RZD, AVECRA Oy, Safar Oy (vaihtaa valuuttaa sekä hoitaa verovapaiden tuotteiden palautuksia), sekä venäjän ja suomen rajaviranomaiset. Kahden vuoden aikana asiakkaat ovat saaneet omat mielipidet yrityksistä sekä palvelusta junassa. VR-yhtymä järjestää toisinaan asiakaskyselyjä, joiden avulla yritetään parantaa palvelua. Monet matkustajat ovat antaneet palautetta erittäin sujuvasta palvelusta junissa ja ovat antaneet vinkkejä mitä voitaisi kehittää.

4 Matkailupalvelun käsitteitä ja niiden merkitys palvelussa

Matkailupalvelu on palvelu, jonka matkailualan yritys on tuottanut. Matkailutuotteen ja matkailupalvelun välillä on vaikea löytää eroja, koska matkailutuote on aina palvelu tai palvelukokonaisuus, yhdistelmä, johon liittyy aineettoman palvelun lisäksi tuotteen konkreettisia ominaisuuksia. (Verhelä & Lackman 2003, 15.)

Ihmisten matkustamisen syyt ovat erilaisia, mutta tavallisimmat ovat työmatka ja vapaa-ajan matka. Matka voi olla itse järjestetty tai matkatoimistosta ostettu

valmismatka. Valmismatkaan voi sisältyä majoitusta, kuljetusta, ruokailua ja ohjelmaa. Matka voi olla yhteen kohteeseen tai kiertomatka, jonka aikana matkailija liikkuu paikasta toiseen. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

Määritelmän mukaan matkailija on henkilö, joka lähtee asuinpaikkansa ulkopuolelle ja oleskelee lomakohteessa vähintään 24 tuntia ja enintään yhden vuoden ajan. Hänen matkustusmotiivinsa ovat virkistys, lepo, harrastus tai ystävien ja sukulaisten tapaaminen. (Komppula & Boxberg 2002, 9.) Matkailija ei voi työskennellä lomakohteessa. Hän voi käyttää rahaa palveluiden ja harrastuksien ostoon. Maahanmuuttovirasto seuraa matkailijoiden säännöksiä noudattamista. (Birzhakov 2002, 35.)

Yritys markkinoi, tuottaa ja kehittää tuotteita asiakkaiden tarpeiden mukaan. Tarkoituksena on, että asiakkaalle syntyy uskollisuus ja tyytyväisyys, joiden perusteella asiakas ostaa yrityksen palveluita uudelleen ja tulee kanta-asiakkaaksi. (Lahtinen & Isoviita 2004, 8.) Jokaiselle asiakkaalle syntyy oma mielipide yrityksen palvelusta ja toiminnasta. Tuotteet luovat mielikuvan laadusta ja luottamuksesta. Kaikki mielikuvat ovat henkilökohtaisia. Niiden omakohtaisuus tekee palvelusta haasteellista. (Valvio 2010, 58.)

Jokaisella yrityksellä on omat potentiaaliset asiakkaat. Heitä varten yritys markkinoi ja parantaa tuotteita, vaikka jotkut asiakkaat eivät koskaan käytä yrityksen palveluita. Yrityksen palveluihin tutustuneita ja niitä käyttäneitä asiakkaita kutsutaan ostaneiksi asiakkaiksi. Erityisen tärkeitä ovat kanta-asiakkaat, jotka ovat ostaneet yrityksen palveluita jo useita kertoja. Markkinoinnissa valitaan asiakasryhmä ja jokaiselle ryhmälle markkinoidaan omalla tavalla. Asiakasryhmät voivat erota toisistaan niihin kuuluvien ihmisten suku-puolen, iän, ammatin, tulotason sekä käyttäytymisen mukaan. (Lahtinen & Isoviita 2004, 8.)

Yleensä asiakkaat ovat innokkaita osallistumaan yrityksen kehittämiseen. He osallistuvat tutkimukseen, testaavat tuotteita sekä kommentoivat toimintaa. Samalla täytyy muistaa, että yrityksen oma henkilöstö voi osallistua toiminnan kehittämiseen. Oma kiinnostus ja osaaminen ovat hyödyiksi yritykselle. On myös

hyvä rekrytoida uutta henkilöstöä, joka voi tuoda tuoreita ideoita toimintaan. (Korkman & Arantola 2009, 126.)

Palvelussa suuri osuus on henkilökohtaisella vuorovaikutuksella asiakkaan ja palvelun tuottajien välillä. Palvelukokemusta on vaikea korvata, juuri sen takia laadun valvonta on vaikea asia, ja epäonnistunutta palvelukokemusta ei voida palauttaa, kuten rikki mennyttä lamppua kauppaan. (Komppula & Boxberg 2002, 12). Asiakas maksaa kokonaiselämyksestä, eli maksaessaan hän haluaa saada ei vain hyvää ruokaa vaan myös ystävällistä palvelua ja kohtelua. Myyntityö epäonnistuu ja asiakkaalle jää huono vaikutelma yrityksestä, jos asiakas ei ole saanut asianmukaista palvelua, vaikka ruoka oli hyvää (Kangas 1992, 8). Asiakkailla on erilaiset laatuvaatimukset sekä he arvostavat eri asioita. Vuodesta vuoteen ihmisten laatuvaatimukset kasvavat. Yritysten tavoitteena on kasvaa ja parantaa palvelua ja tuotteita kansainvälistymisen myötä. (Valvio 2010, 84.)

Kun puhutaan yritysten ja ihmisten kansainvälistymisestä, tarkoitetaan usein uuden kulttuurin ulkoisten muotojen ja oikeitten toimintatapojen hallintaa. Kansainvälistymiseen kuuluu kuitenkin paljon enemmän. Se on jatkuva oppimista, jossa joko tietoisesti tai tiedostamatta omaksutaan vieraasta kulttuurista sen syvintä olemusta, joka taas muuttaa sekä koko yrityksen että sen palveluksessa olevien ihmisten maailmankuvaa. (Alho, Lehtonen, Raunio & Virtanen 1996, 3.)

Suomi on kasvattanut ulkomaankaupan osuutta kokonaistuotannosta 1990-luvulla. Talous kansainvälistyi, ja tiet kilpailemiselle avautuivat. (Peltola & Riihimäki 2006, 9,12.) Kansainvälisessä markkinoinnissa menestyminen riippuu tuotteen tehokkaasta mainonnasta sekä sen vaikutuksesta kohderyhmään. Kansainvälistyminen voi tuoda haasteita, kuten kulttuuri, kieli, tavat sekä sosiaaliset erot. Yrityksen kehityksessä täytyy ottaa huomioon ne kaikki seikat. (Rope & Vahvaselkä 1994, 251–252.) Kansainvälisissä tehtävissä työskentelevä henkilö tietää, kuinka kulttuurien erot voivat vaikuttaa tapoihin ja suhteisiin työpaikalla. Kansainvälisessä ilmapiirissä henkilökunnan täytyy ymmärtää toisen maan kulttuuria. (Alho, Lehtonen, Raunio & Virtanen 1996, 3.)

Kansainvälistymisen syyt ovat rahoituksen, know how'n ja markkinoitavien tuotteiden sekä uusien asiakkaiden hankkiminen. Yleensä yritys laajentaa toi-

mintaansa kahdesta syystä: kotimaan kasvu on mahdotonta ja ulkomailla kasvumahdollisuuksia on enemmän. Tuotteen kansainvälistyminen voi johtua siitä, että eri puolilla maailmaa ihmiset käyttävät ja ostavat samanlaisia tuotteita (esimerkiksi Pepsi-virvoitusjuoma, puhelimet, raaka-aineet). Yrityksen kansainvälistyminen tapahtuu vaiheittain - ensimmäisessä vaiheessa yritys aloittaa viennin ja sen jälkeen lisää asteittain toimintaansa. (Rope & Vahvaselkä 1994, 190–194.)

Ennen päätöksentekoa yrityksen tulee selvittää uuden toimintaympäristön kysyntätekijät. Siinä selvitetään potentiaaliset asiakkaat ja heidän kiinnostuksensa, tarpeensa ja ostokäyttäytymisensä. Samalla täytyy tehdä riskianalyysi. Riskit voivat olla kaupallisia (maksukyvyttömyys) tai maariskejä (esimerkiksi poliittinen ja infrastruktuurin tilanne, suhtautuminen toiseen maahan). (Rope & Vahvaselkä 1994, 204–205.) Samalla yrityksen täytyy selvittää yleinen kilpailutilanteensa, johon kuuluvat kilpailijoiden osaaminen, markkinaosuus, markkinointikeinot, rahoitusresurssit ja tuotantokapasiteetti. Yritys voi saada tietoa kilpailijasta sen asiakkailta ja tutkimalla sen toimintaa ja uutisointia. (Rope & Vahvaselkä 1994, 205.)

5 Venäläinen tapa- ja ruokakulttuuri

5.1 Kansallinen kulttuuri

Kansallinen kulttuuri on ihmisten muisti, joka erottaa kansan muista kansoista. Sen avulla ihminen voi rakentaa persoonallisuuttaan ja kokea yhteyttä ajan ja sukupolvien kanssa. Tärkein ja houkuttelevin ominaisuus kansallisessa kulttuurissa on sen monimuotoisuus ja ainutkertaisuus. Kulttuurin kehittämisessä kansa välttää jäljitelmiä ja kopiointia ja luo omia muotoja kulttuuri-elämästä. Kun kulttuurilla ei ole erityistä omaleimaisuutta, se on kuin kasvoton henkilö. (Stepanov 1992, 7–8.)

Venäjä on tunnettu korkeatasoisesta kulttuuristaan, johon kuuluu kuuluisia säveltäjiä, muusikoita, kirjailijoita, elokuvantekijöitä, balettianssijoita jne. Venäläiset tutustuvat omaan kulttuuriinsa kouluaikana. Kouluissa opetetaan kirjallisuutta, jonka tunneilla lapset lukevat kirjoja, opettelevat ulkoa runoja ja kirjoittavat esseitä. (Haapaniemi, Moijanen & Muradjan 2003, 155.)

Asuessani Suomessa olen törmännyt eroihin suomalaisen ja venäläisen kulttuurin välillä. Kun ihminen astuu oman maansa rajojen ulkopuolelle, hänestä tulee ulkomaalainen. Jokaisella on oma syynsä, miksi asuu Suomessa. Syynä voi olla työ, opiskelu, avioliitto, pakolaisuus ja paluumuutto. (Räty 2002, 11.) Tilastokeskuksen mukaan Suomessa asuu yli 42 000 venäläistä. He ovat Suomen suurin maahanmuuttajaryhmä.

Kulttuurien tuntemus on aivan kuin kielitaito, jossa ei riitä pelkästään sanaluettelon osaaminen ulkoa, vaan sitä tarvitse osata käyttää ja ymmärtää (Alho, Lehtonen, Raunio & Virtanen 1996, 98). Sen lisäksi on tärkeätä osata nähdä oma kulttuuri ulkoapäin sekä tuntea toisten kulttuurien arvot ja ajattelutavat (Alho, Lehtonen, Raunio & Virtanen 1996, 63). Jos ihminen osaa yhdistää oman kulttuurin erikoispiirteitä ja muiden kulttuurien tuntemusta, hän on menossa kohti uutta strategista ajattelutapaa (Laine-Sveiby 1987, 6).

Venäläinen ja suomalainen kulttuuri ovat hyvin erilaisia, mikä voi tuoda vaikeuksia ihmisten välisiin suhteisiin. Suomen ja venäjän kielet ovat eri kieliryhmistä. Venäjän kieli kuuluu slaavilaiseen kieliryhmään, ja suomen kieli on uralilaisten kielten kielikunnasta. Erilaisuus kielessä voi aiheuttaa väärinkäsityksiä. Ihmiset keskusteleval ”sanakirjaa” käyttäen, joskus sanan tarkoitus voidaan ymmärtää väärin. Jotkut voivat sopeutua ja ymmärtää erot, joillekin se voi tuottaa vaikeuksia. Kaikki ihmiset eivät voi ymmärtää ja hyväksyä toisen maan tapoja ja mentaliteetteja.

Venäjä ja Suomi ovat naapurimaat. Mailla on paljon erilaista sekä myös samanaista. Monet suomalaiset eivät ymmärrä, kuinka venäläiset voivat elää niin köyhästi, mutta ostavat kultakoruja ja turkiksia. Venäläiset taas eivät ymmärrä suomalaista tapa säästää rahaa niin innokkaasti. Molemmilla kansoilla on oma

stereotypia toisen maan kansasta. Stereotyyppi on yksinkertaistettu kuvaus jostain ihmisryhmästä, asiasta tai ilmiöstä. Stereotyyppejä käytetään luomaan yleiskuvaa maailmasta. Usein stereotyyppejä käytetään mediassa, mikä helpottaa ymmärtämistä. Ne eivät ole aina oikeita. (Autio & Rislakki 2011.) Esimerkkejä suomalaisten stereotypioista ovat ”venäläinen on laiska, hyväntahtoinen, altis rikollisuuteen”. Venäläiset stereotyypit suomalaisista ovat ”hitaita, tunnollisia ja emotionaalisesti sulkeutuneita”.

5.2 Ruokakulttuuri

Kaikkia voittoja ja merkittäviä tapahtumia on juhlistettu pöydän ääressä, ja sen takia voi sanoa, että maailmanhistoria on syntynyt keittotaidon avulla. Joillekin ihmisille ruoan laittaminen, pöydän kattaminen ja syöminen ovat rituaali. Sananlasku ”Olet mitä syöt” näyttää, kuinka maan historia, elämäntavat ja perinteet voivat kuvastua kansallisessa keittotaidossa. (Ilyunyk 2007, 8.)

Perinteisesti Venäjän kansa syö mieluiten hapanta ruokaa: hapankaalia, kotikaljaa, ruisleipää jne. Ruokavaliossa on paljon keittoja: borshkeitto, okroshka, sienikeitto ja seljanka. Kalaruokia oli paljon laajemmin muinaisella Venäjällä, nyt kalaruoka on harvinaista. Ruoan laittamisessa käytetään hyvin paljon yrttejä: valkosipulia, persiljaa, tilliä, selleriä, sipulia, korianteria ja piparjuurta. Juomaksi tarjotaan kotikaljaa, teetä, kiisseliä, kompottia. Venäläisiin ruokiin kuuluu jauho-ruokia: lettuja, piirakoita eri täytteillä, pelmenit jne. Venäjällä käytetään yleensä aika paljon rasvaa ruoanlaitossa, salaateissa smetanaa ja majoneesia, mikä voi olla suomalaisen näkökulmasta epäterveellistä, vaikka sitä pidettiin terveyden merkinä maaseudulla Venäjällä. (Suomi-Venäjä -seura 2005, 26–31.)

Venäjällä yleensä syödään kolme ateriaa päivässä – aamiainen, lounas ja päivällinen. Aamiainen on yleensä tukeva. Aamiaisella tarjotaan puuroa voin ja maidon kanssa, sekä voileipiä. Venäläiset suosivat myös omeletteja ja lettuja vaikkapa smetanan kanssa. Venäläinen lounas voi sisältää kolme ruokalajia: alku-, pää- ja jälkiruoan. Päivällinen syödään klo 19–20, ja se voi sisältää pääruoan sekä jälkiruoaksi teetä pullan kera. (Suomi-Venäjä -seura 2005, 27–29.)

Venäläiset syövät runsaasti ja maukkaasti. Ruokakulttuurissa ovat sekoittuneet Euroopan sekä Aasian keittiöt. Venäläiset eivät syö ns. roska- tai pikaruokaa, ruoat valmistetaan itse kotona. Tietysti nykyaikana kaupunkilaiset kiireisessä elämässä ovat alkaneet syödä hampurilaisia sekä pikaruokia. Perinteet, kotiruoan syönti ruokapöydän ääressä, ovat kuitenkin säilyneet monissa perheissä. (Aromäki 1998, 93.) Venäläinen juhlaruoka on aika samanlainen eri juhlina, mutta aina tukeva. Ateriaan kuuluu erilaisia lajeja alkupaloja sekä keitto ja pääruoka. Useimmiten emäntä koristelee aterian. Se kuuluu venäläisiin juhlapöytiin. Yleensä ruokailun aikana venäläinen keskustelee ja tutustuu ympärillään oleviin ihmisiin. Joskus ruokailu voi kestää muutaman tunnin. Suomalainen tapa syödä nopeasti mitään puhumatta voi saattaa venäläisen pohtimaan, mitä hän teki väärin. (Haapaniemi, Moijanen & Muradjan 2003, 129–131.)

5.3 Juomakulttuuri

Ihmiset ovat alkaneet käyttää alkoholia jo kauan aikaa sitten. Jotkut kansat ovat käyttäneet alkoholia uskonnollisten seremonioiden yhteydessä, jotkut seura-elämässä. Useimmat kansat ovat valmistaneet alkoholipitoisia juomia marjoista, hedelmistä ja kasviksista. Ihmiset ovat oppineet tekemään olutta samaan aikaan kuin he oppivat maanviljelyn. (Kangas 1992, 112.)

Slaavit eivät juoneet alkoholia juhlapäivinä. Vasta Pietari I allekirjoitti sopimuksen eurooppalaisten kanssa ja käski juomaan alkoholia juhlapäivinä. Ensimmäiset kapakat avattiin Venäjällä 1700-luvulla. Kaikkein suosituin alkoholi-juoma Venäjällä on vodka. Vodka on Venäjän kansallinen väkevä juoma, josta ensimmäinen maininta oli vuonna 1533. Venäläinen juo järkevästi – ei liian vähän eikä liikaa. Krapulasta ei yleensä puhuta ääneen. Venäläiseen tapaan kuuluu juoda väkevä juoma palan painikkeeksi. (Haapaniemi, Moijanen & Muradjan 2003, 132–133.) Venäjällä on tapa juoda ”do dna” (pohjaan saakka). Monet ajattelivat, että se on venäläinen tapa, mutta pohjaan saakka juodaan, kun halutaan näyttää arvostusta. Yleensä se tapahtuu, jos nostetaan malja. Monet ajat-

televat, että venäläiset juovat eniten alkoholia maailmassa, mutta tutkimuksen mukaan juominen alkoi vain 30–40 vuotta sitten. (Staroverov 2008, luku 1.)

5.4 Juhlakulttuuri ja viralliset juhlapäivät

Venäläinen osaa juhlia. Hän ei pidä yksinolosta ja tarvitsee aina muita ihmisiä lähelleen. Venäläisiin juhliin voi osallistua jopa koko kylä, jos on vaikkapa häät. Juhlissa emäntä tarjoaa vierailijoille runsaasti ruokaa ja juomaa. Venäjällä vieras ei koskaan tule omien ruokien tai juomien kanssa, ellei siitä ole sovittu etukäteen emännän kanssa. Uutena vuotena juhlitaan yleensä useiden ystävien kanssa, ja silloin jokainen perhe voi tuoda omat ”zakuskat” ja juomat mukaan. (Suomi-Venäjä- seura 2005, 4–5.)

Jokaiseen venäläiseen kansallisen juhlaan liittyy oma tapa, perinne, riitti tai laulu ja leikki. Itse juhlan tausta ja tarkoitus ovat erilaiset kuin kirkolliset kestit. Suurin osa juhlista on peräisin pakanallisuuden ajalta ennen kristinuskkoa. Vaikka ortodoksinen uskonto on voittanut pakanallisuuden, monet tavat ja perinteet ovat säilyneet jopa nykypäivänä. (Zabilin 1996, 7.)

Venäläiset uskovat yhä taikuuteen ja riitteihin. Monilla työillä on tapana povata joulupyhien aikana (7.1–19.1.). Kansan tavat näyttävät ihmisten luonteen. Esimerkiksi juhlapäivänä tai ennen loman alkua venäläisellä on tapana tarjota työkaverille täytekakkua tai herkuja. Useimmiten työkaverit keräävät rahaa syntymäpäiville, hautajaisiin tai muihin tapahtumiin. Näin venäläinen jakaa onnelliisuutta muiden kesken ja näyttää kuinka hyväluontoinen on. Samalla venäläiset haluavat antaa lahjoja, osoittaakseen anteliaisuutta. Venäläisten tapana on myös ottaa mukaan tuliaiset kun käyvät kylässä. Se voi olla suklaarasia, jotain itsetehtyä tai vaikkapa viinipullo. Venäläiset pitävät ruoasta ja sen laittamisesta. Sen voi nähdä, jos menee uutena vuotena vierailulle venäläiseen kotiin. Silloin pöydällä voi löytää runsaasti kaikenlaista ruokaa, jotta ei edes ehditä syödä monessa päivässä. Se osoittaa venäläisen vieraanvaraisuuden, mutta myös tuhlaavan luonteen. Kaikilla kansoilla ja ihmisillä on omat tavat, jotka säilyvät sukupolvelta toiselle.

Tärkeät vuosijuhlat, jolloin perhe tai ystävät kokoontuvat yhteen, ovat uusi vuosi, jouluku (7. tammikuuta), vanhan kirkollisen kalenterin mukainen uusi vuosi (14. tammikuuta), isänmaan puolustajien päivä (23. helmikuuta), kansanvälinen naisten päivä (8. maaliskuuta), pääsiäinen, kevään ja työn juhla (1. toukokuuta), Voiton päivä (9. toukokuuta). Näiden juhlien lisäksi Venäjällä vietetään ammattialojen juhlapäiviä, esimerkiksi 15. heinäkuuta juhlitaan metallityöläisten päivää. Näinä päivinä järjestetään konsertteja ja erilaisia tapahtumia. (Suomi-Venäjä -seura 2005, 50–53.)

Venäjällä vapaapäivät ovat lain mukaan seuraavasti: jos juhlapäivä sattuu viikonlopuksi, lauantai tai sunnuntai siirretään ensimmäiseen arkipäivään eli ihmiset saavat yhden arkipäivän ylimääräiseksi vapaapäiväksi. Jos juhlapäivä sattuu tiistaille tai torstaille, juhlapäivän ja viikonlopun välille jää yksi arkipäivä, joka siirretään yhdeksi lauantaiksi, eli ihmiset työskentelevät lauantaina, jotta saadaa pitkästä vapaat. (Venäjän Federaation eduskunta 2011.)

Venäjän Federation pääministeri Dmitrij Medvedev on allekirjoittanut päätöksen ”Vapaapäivien siirto vuonna 2013”. Päätöksessä lukee, että 5. ja 6. tammikuuta ovat viralliset vapaapäivät, mutta niitä ei siirretä viikolle kaksi. Vapaapäivät siirretään toukokuulle, näin kevätlooma pitenee. Samalla on 23. helmikuuta (isänmaan puolustajien päivä), joka on lauantai. Se vapaapäivä siirretään toukokuulle. Näin venäläisillä on talviloma 10 päivää 30.12.2012–8.1.2013, sekä kevätlooma 1.–5.5.2013 ja 9.–12.5.2013. (Moskovskij Komsomoletsh 2012.)

Venäläisten viralliset ja kansalliset juhlapäivät ovat:

Uusi vuosi (1. tammikuuta) Pietari I sääti 15. joulukuuta vuonna 1699 lain, jonka mukaan uutta vuotta juhlitaan 1. tammikuuta muiden Euroopan maiden tavoin. Aikaisemmin nimittäin vuodesta 1492 venäläiset olivat juhlineet uutta vuotta 1. syyskuuta. 31. tammikuuta klo 00.00 Pietari I tuli Punaiselle torille ja lennätti ensimmäisen raketin taivaalle. Siitä lähtien ilotulitus on ollut osa venäläistä perinnettä uutena vuoteena. (Kalendar sobitij 2012.)

Joulu (7. tammikuuta) Tammikuun 6. ja 7. päivän välisenä yönä venäläiset juhlivat ortodoksista joulua. Joulu Venäjällä on hyvin erilainen kuin muissa ortodoksisissa maissa. Venäläiset käyttävät edelleen juliaanista kalenteria, kun muissa maissa käytetään gregoriaanista kalenteria. Vuonna 1918 joulun juhliminen kiellettiin. Vasta vuonna 1935 Neuvostoliitto salli joulun juhlimisen. Kielon aikana uudesta vuodesta tuli huomattavasti merkittävämpi kuin joulusta. Joulua ovat juhloneet ortodoksit. Viime aikoina monet venäläiset ovat alkaneet käydä kirkossa jouluaattona, sillä he ovat muistaneet juhlan oikean uskonnollisen merkityksen. (Kalendar sobitij 2012.)

Isänmaan puolustajien päivä (23. helmikuuta) Vuonna 1995 eduskunta hyväksyi lain, ja siitä päivästä lähtien Venäjä aloitti isänmaan puolustajien päivän juhlimisen. Aiemmin juhla oli nimeltään puolustusvoimien kunnian päivä, ja vasta 15.4.2006 nimi muuttui. Siinä päivänä ei onnitella vain sotilaita, vaan yleensäkin kaikki miehiä ja myös poikia. Naiset näyttävät, kuinka miehiä arvostetaan Venäjällä. (Kalendar sobitij 2012.)

Kansainvälinen naisten päivä (8. maaliskuuta) Ensimmäisen kerran kansainvälistä naisten päivää juhlittiin vuonna 1913. 8. maaliskuuta venäläiset miehet tekevät kaikki kotityöt, laittavat ruoan, siivoavat, tiskaavat jne. Silloin miehet kunnioittavat naisia ja antavat kukkia ja lahjoja niin kotona kuin töissä. (Kalendar sobitij 2012.)

Kevään ja työn juhla (1. toukokuuta) Ensimmäisen kerran kevään ja työn juhlaa juhlittiin vuonna 1891. Monille 1. toukokuuta tarkoittaa kevään ja lämmön tuloa sekä myös juhlaa, joka yhdistää työläisiä Venäjällä. (Kalendar sobitij 2012.)

Voiton päivä (9. toukokuuta) Voiton päivänä Venäjä voitti Suuren Isänmaallisen sodan. Se päivä on ollut jo vuosikymmeniä kaikista sydämellisistä, koskettavista ja liikuttavista juhlilla. Nimenomaan silloin venäläiset tuntevat suurta ylpeyttä omasta historiaan, ja toivovat että kaikki ikävä voitetaan. (Kalendar sobitij 2012.)

Venäjän itsenäisyyspäivä (12. kesäkuuta) Itsenäisyyspäivä on kaikista ”nuorin” juhla. Ennen vuotta 2012 juhla oli nimeltään Venäjän valtion riippumattomuuden päivä. 12. kesäkuuta Venäjä sai myös ensimmäisen kansan valitseman presidentin – Boris Jeltsinin. (Kalendar sobitij 2012.)

Kansallisen yhtenäisyyden päivä (4. marraskuuta) on Kazanin jumalan äidin ikonin päivä. Vuodesta 2005 sitä on vietetty kansan yhtenäisyyden juhlanä. (Kalendar sobitij 2012.)

Vaikka vanhan kirkollisen kalenterin mukainen uusi vuosi (14. tammikuuta), pääsiäinen, laskiaisviikko tai 12. joulukuuta (uuden perustuslain päivä) eivät ole virallisia vapaapäiviä, liittyy näihin juhliin perinteitä ja kansallista ruokaa. Näinä päivinä perhe kokoontuu pöydän ääreen ja juhlii yhdessä.

Vanhan kirkollisen kalenterin mukainen uusi vuosi (14. tammikuuta) Perinnäistapa juhla vanhan kirkollisen kalenterin mukaista uutta vuotta tuli vuoden 1918 jälkeen, kun vaihdettiin kalenteria. Sitä ennen se oli Vasilevin päivä (Pyhä Basileios Suuren päivä) vanhassa kalenterissa. (Kalendar sobitij 2012.)

Laskiaisviikko (11.–17.3.2013) on ”voinen” viikko, joka valmistaa pääsiäisen suureen paastoon. Silloin pyydetään ja saadaan anteeksi, korjataan tehdyt vääryydet, sovitaan riidat ja syödään paljon lettuja. Traditioon kuuluu myös pulkamäen lasku, koko perheen voimin. Se on ilon juhla – lumiset päivät, lasten naurut, lettujen ihana tuoksu, hevosten kaulassa olevien pikkukellojen soitto, kirkkojen kiillotettujen kultaisten kupolien kiilto, samovaarit, tanssit ja teejuhlut. Kirkoissa aletaan pitää suuren paaston jumalanpalveluksia. Laskiaisviikolla ei syödä lihaa, mutta saa käyttää kalaa ja maitotuotteita. (Maslenitsa 2011.)

Ortodoksinen paasto (18.3–4.5.2013). Paaston aikana ihmiset syövät vihanneksia mutta eivät lihaa, maitotuotteita tai kananmunia. Se alkaa heti laskiaisviikon jälkeen ja loppuu päivä ennen pääsiäistä.

Pääsiäinen (5.5.2013) Kristittyjen traditioissa pääsiäinen on tärkeällä paikalla. Se on juhlien juhla. Sitä valmistellaan pitkään ja huolella, ja sitä vietetään kirkon

sääntöjen mukaisesti. Pääsiäinen on yksi suosituimmista juhlista venäläisen kansan keskuudessa. Se on sekoitus uskomuksia, traditioita, vanhaa historiaa ja kirkollisia sääntöjä. Pääsiäistä suositumpia ovat uusi vuosi ja oma syntymäpäivä, eli se on Venäjän kolmanneksi suosituin juhla. Vaikka se on periaatteessa kirkollinen, ”uskonnollinen” juhla, juhlitaan sitä hartaasti myös ei-uskovaisten keskuudessa. Se on tärkeä juhla niillekin, jotka eivät seuraa kirkollisia sääntöjä. Voi sanoa, että nykypäivänä pääsiäinen ei ole pelkästään kirkollinen juhla, vaan se on venäläinen perinne. (Kalendar sobitij 2012.)

Tärkein matkayrityksen palveluihin vaikuttava venäläinen juhla on uusi vuosi. Silloin venäläisillä on pitkät vapaat. He pääsevät lomailemaan ulkomaille, esimerkiksi Suomeen. Se on lähempänä kuin muut länsimaat. Suomeen venäläisiä houkuttelevat harrastusmahdollisuudet, puhdas luonto sekä luotettava ja ammattitaitoinen palvelu. Sen lisäksi Suomen hintataso on joskus alhaisempi kuin esimerkiksi Moskovassa (ruoka, viihde-elektroniikka). Myös monet venäläiset tulevat Suomeen isoista kaupungeista, nauttiakseen luonnosta rauhassa.

Tutkimuksien mukaan venäläiset turistit jättävät tuloja Suomeen enemmän kuin minkään muun maan turistit. Tilastokeskuksen tutkimus näyttää, että venäläiset olivat suuri majoitusliikkeiden ulkomaalaisryhmä kesäkuussa 2012. Samalla venäläiset yöpyivät 28 prosenttia enemmän viime vuoden kesäkuuhun verrattuna. (Tilastokeskus 2012.)

Kaikki vuosijuhlat ja tapahtumat, esimerkiksi jääkiekon MM-kisat 2012, voivat näkyä Allegro-junissa. Allegron henkilökunta seuraa mahdollisia venäläisiä ja suomalaisia juhlia ja lomia. VR:n ja Avecran esimiehet ilmoittavat henkilökunnalle etukäteen, jos junissa on paljon matkustajia. Jokaisessa junassa (yhteensä on ostettu 4 runkoa) on taulukko, johon on merkitty matkustajien määrä jokaisella Allegro-vuorolla. Se tarvitaan, jotta henkilökunta olisi valmis ruuhkaan. Sen lisäksi esimies ilmoittaa, ketä matkustajia on enemmän – venäläisiä tai suomalaisia. Silloin henkilökunta tietää mitkä tuotteet täytyy tilata. Jos suurin osa asiakkaista on suomalaisia, junaan täytyy tilata enemmän sämpylöitä ja alkoholijuomia kuten olutta, lonkeroa, kuohuviiniä ja valko- ja punaviiniä. Jos

junaan tulee venäläisiä, tilataan ruoka-annoksia ja väkeviä alkoholijuomia. Esi- mies voi myös päättää laittaa lisää työntekijöitä avuksi.

6 Markkinointikampanja

6.1 Myyntityö asiakaspalvelussa

Matkailupalvelujen tuottamisessa ja markkinoinnissa yksi merkittävä ero tava- roiden tuottamiseen ja markkinointiin verrattuna on se, että palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Toinen ero on, että kysyntä ja tarjonta ovat usein huipussaan eri aikaan. Tavaroiden kaupassa kysyntäsesonkeja varten voidaan valmistaa tavaroita varastoon, mutta lomien varastoimista ei ole mahdollista tehdä. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

Myynti on aktiivista toimintaa. Myynnin lisäämistä varten pitää kysyä, kuunnella, kertoa ja ehdottaa. Ilman tätä työntekijä ei ole myyjä vaan tavarankakelijä. Myyntityön tarkoitus ei ole myydä, mitä asiakas ei halua, vaan toivomuksen ja tarpeiden kartoittamisen perusteella ehdottaa hänelle sopivaa tavaraa. Asiak- kaan täytyy tuntea, että tarjottu tuote kannattaa ostaa. Myyjän ja tavarankakelijä pitää herättää asiakkaan luottamus. Jos asiakas lähtee tyytyväisenä omasta ostok- sestaan, hän voi tulla vielä uudelleen tai kertoa yrityksestä toiselle sekä tuoda muita asiakkaita mukanaan. (Kangas 1992, 12 ja 24.)

Hyvä myyjä oppii kanta-asiakkaiden erityistoivomukset sekä osaa toteuttaa nii- tä. Ammattitaitoinen myyjä tuntee tuotteet hyvin. Hän tietää mistä tuote on tehty ja sen hinnan ja mitkä juomat sopivat parhaiten. (Kangas 1992, 46.) Tärkeää myyntityössä on tietää oman yrityksensä "pelisäännöt" (Kangas 1992, 48). Esi- merkiksi Allegrossa junan äkkijarrutuksessa asiakkaan päälle voi kaatua juomia. Siinä tapauksessa henkilökunnan pitää tietää mitä tehdä, mihin soittaa ja kuinka korvata aiheutunut vahinko. Hyvä myyjä tietää kilpailijoista, tuotteista, toimipai- kan rutiineista ja asiakkaasta sekä osaa "käsitellä" häntä (Kangas 1992, 49).

Tärkeitä myynti- ja palvelutyössä on:

- **Ennakkovaikutelma**, jolla yritys mainostaa itseään ja tuotettaan. Yrityksen tavoite on, että se ei petä asiakkaan odotuksia.
- **Asiakkaan vastaanottaminen** tarkoittaa asiakkaan tervehtimistä eli ensivaikutelman luomista. Asiakkaan täytyy tuntea itsensä odotetuksi ja tervetulleeksi.
- **Myyntikeskustelu**, joiden avulla myyjän täytyy selvittää asiakkaan tarpeet ja osata ehdottaa tuotteita. Myyjä voi jakaa omia mieltymyksiä, mutta myyjä ei voi päättää asiakkaan puolesta, mitä tämä halua.
- **Palvelun päättäminen**, kun täytyy olla tarkka laskun tekemisessä, välttää virheitä. Asiakkaalle jää huono vaikutelma, jos hän saa väärän laskun. Laskutuksen jälkeen asiakkaan täytyy tuntea, että hänestä välitetään, ei vain hänen rahoistaan ja että hän on tervetullut uudelleen.
- **Muut toimenpiteet**, kun yritys kysyy asiakkaalta jälkitoimenpiteet. Sillä asiakkailta täytyy saada yhteystiedot sekä lupa kyselystä. (Kangas 1992, 63–75.)

Markkinointi on yrityksen keskeinen toiminto – sieltä yrityksen tuloksen on tultava. Markkinointi taas ei voi onnistua ilman viestintää. (Siukosaari 1999, 14.) Markkinoinnin oppikirjat opettavat, että yrityksen täytyy ymmärtää asiakkaan tarpeita, haluja, arvoja ja asenteita. Asiakkaiden ymmärtämisen mahdottomuus sekä toiminnan vaikeus voivat hidastaa yrityksen toimintaa. Oskar Korkmin ja Heli Arantolan (2009) mielestä yksi virhe on, että yritykset yrittävät ymmärtää asiakkaan ajatuksia. Vastaus kysymykseen ”mitä asiakas ajattelee” voi olla yritykselle suuri haaste tai perustua väärinkäsityksiin siitä, että

- asiakas ajattelee ensin ja toimii sitten
- asiakas tietää mitä haluaa ja on tietoinen tekemistään
- asiakas toimii johdonmukaisesti.

Sama ihminen tai asiakasryhmä voi muuttaa ajatteluaan. Ihmiset ajattelevat epäjohdonmukaisesti, ja heidän näkökulmansa voi vaihtua. (Korkman & Arantola 2009, 33–34.)

6.2 Myyntikampanjan suunnittelu ja toteutus

Toimeksiantajan kanssa sovimme, että opinnäytetyötäni voidaan käyttää kampanjan tekemisissä sekä uuden menun laatimisessa vuodelle 2013. Kampanjan tarkoituksena on mainostamalla tehdä jokin tuote tunnetuksi sekä edistää myyntiä. Mainonnan tavoite on vaikuttaa tietyn kohderyhmän tunteisiin sekä asiakkaan ja yrityksen välisten suhteiden parantaminen ja ostohalun herättäminen. (Lahtinen & Isoviita 2004, 124–125.)

Kampanjan suunnitelmassa otetaan selville sen tavoitteet, toteuttajat, aikataulut, kustannukset sekä ostajat. Kampanjan avulla voidaan etsiä uusia asiakkaita, parantaa palvelua ja hoitaa viestintää ja myyntityötä. (Rope & Vahvaselkä 1994, 152, 159.)

Kampanjatyypit voivat olla rahallista etua, lahjaa ja palvelua tarjoavat. Kampanja aloitetaan selvittämällä sen mahdolliset riskit eli tekemällä SWOT-analyysi (kuva 1). Samalla selvitetään kampanjan tarkoitus ja tavoitteet. Perustavoitteet ovat myynnin lisääminen, imagon parantaminen, uusien asiakkaiden saaminen, kannattava myynti pitkällä aikajaksolla, tuotteen esittely sekä markkinointitaidon ja esittelymateriaalin testaus. Jokaiselle kampanjalle tehdään budjetointi, joka sisältää tuotot ja kustannukset. Kampanjan päätöksessä on hyvä tehdä asiakaskysely, jonka perusteella yritys voi tietää mitä täytyy vielä kehittää tai missä se on onnistunut. (Suvanto & Vahvaselkä 1993, 169–171.)

	+	-
Sisäinen ympäristö	S Strengths Vahvuudet	W Weaknesses Heikkoudet
Ulkoinen ympäristö	O Opportunities Mahdollisuudet	T Threats Uhat

Kuva 1. SWOT-analyysi (Lindroos 2010, 218).

Tärkeintä kampanjoissa on henkilökunnan selkeä tiedottaminen hyvissä ajoin ennen kampanjan julkistamista. Jos yrityksessä ei toimi viestintä, sillä ei toimi yhteistoimintakaan. (Kivikoski 1993, 5.) Avecran myyntipalvelun sihteeri on vastuussa kampanjan viestinnästä. Hänen vastuullaan on myös mainoksen sekä julisteiden tarkistaminen ja laittaminen runkoihin. Venäläisen ruoan kampanjan tekemisessä tietysti otetaan huomioon suomalaiset asiakkaat, koska Allegro on kansainvälinen juna, jossa palvelua tarjotaan pääsääntöisesti suomalaisille ja venäläisille matkustajille, sekä myös muiden kansojen matkustajille. Kampanjat auttavat monia suomalaisia matkustajia tutustumaan venäläiseen ruokakulttuuriin. Toimeksiantajien tehtävä on tarjota mahdollisimman hyvä vaihtoehto, joka sopii kaikille matkustajille.

6.3 Kampanjat sesongeittain

Opinnäytetyön idea tuli paastosta, joka on yksi tärkeimmistä asioista uskovais-ten sekä venäläisten keskuudessa. Minäkin kokeilin paastota ensimmäisen ker-
ran tänä vuonna, ja silloin ymmärsin, kuinka tärkeitä on saada hyvää ja miellyt-
tävää ruokaa silloinkin, kun on ruokarajoituksia. Kävin silloin Venäjällä, jossa
kahvilat tarjoavat paastoajan menut. Se ei ollut pelkästään puuroa vedellä, vaan
maukkaita alku-, pää- ja jälkiruokia. Allegrossa paastonajan ateriatarjonta oli
paljon niukempi, vain kasvisseljankaa ja hedelmäistä vihersalaattia. Yksi opin-
näytetyön tärkeimmistä tavoitteista oli ehdottaa maukasta ja monipuolista kam-
panjaa, joka sopii sekä asiakkaille että toimek-siantajalle. Minun tehtävääni kuu-
luu selittää toimeksiantajalleni, miksi ehdotan juuri tätä kampanjaa ja mitä hyö-
tyä siitä saa.

Olen valinnut tuotteet, jotka mielestäni sopivat parhaiten Allegro-matkustajille.
Kampanjat sisältävät perinneruokia ja juomia. Olen miettinyt, mitkä koristelut
voin liittää kampanjoihin. Yksi tärkeä juhlan merkki on georgialainen nauha (ku-
va 2), joka liittyy Voiton päivään. Venäläisillä on käytäntö laittaa se vaatteiden
päälle tai näkyvälle paikalle, esimerkiksi autoon. Näin venäläiset osoittavat kun-
nioitusta veteraaneille. Mielestäni georgialainen nauha ei kuitenkin sovi myyntiin

Allegro-junaan. Sitä ei voi myydä koko vuoden ajan eikä se merkitse suomalaisille tai muille matkustajille samaa kuin venäläisille.



Kuva 2. Voiton nauha. (9 maya 2012.)

Muut koristelut ovat samanlaiset kuten muissa maissa juhlapäivinä. Esimerkiksi uutena vuotena ovat kuusi ja joululelut, pääsiäisenä on tipu ja maalatut kananmunat. Ainut tuote, jota voi myydä Allegrossa ja joka kuvaa koko Venäjää on maatusha (kuva 3).

Olen jakanut vuoden sesonkeihin kampanjoiden mukaan. Aloitan uudesta vuodesta ja joulusta, sitten on kampanja helmikuussa ja maaliskuussa, ja lisäksi ehdotan yhtä kampanjaa paaston aikaan ja syksyllä.



Kuva 3. Maatushka. (Matroesjka 2012.)

Uusi vuosi/joulu (liite 3)

Uuden vuoden ja joulun kampanjaan ehdotan kampanjaksi venäläistä kuohuviiniä ”Sovetskoe” ja perinneruokia kuten Olivier-salaattia (liite 4), hyytelöityä lihaa ”holodetsh” (liite 5) ja omenoiden kera paahdettua hanhea (liite 6). Olivier ja holodetsh ovat perusruokia, joita melkein jokaisessa perheessä tarjotaan uuden vuoden pöydässä. Hanhi oli aikaisemmin joulun ja uuden vuoden pääruokia. Nykyisin hanhi korvataan kanalla, koska se on edullisempi.

Isänmaan puolustajien päivä (23. helmikuuta) (liite 7)

Kampanja voi alkaa viikko ennen juhlaa ja jatkua viikon juhlan jälkeen. Isänmaan puolustajien päivä on miesten päivä, ja miehet pitävät lihasta. Silloin voin ehdottaa nauttanpataa venäläisen tapaan (liite 8). Ennen ruoan nauttimista voi juoda yhden annoksen Standart-vodkaa, joka herättää ruokahalun.

Laskiaisviikko (11.–17.3.2013) (liite 9)

Laskiaisviikolla voi tuoda ilon ja kevääntulon tunnelmaa vähäisillä kustannuksilla. Ehdotan kampanjalle letut smetanan, hunajan tai marmeladin kera (liite 10). Kaikki lisukkeet ovat käytettävissä muina aikoina, ja niitä ei tarvitse hakea erikseen. Pelkästään täytyy tilata lettuja, jotta niitä tuodaan ravintolavaunuun jo valmiiksi paistettuina.

Ortodoksinen paasto (18.3–4.5.2013) (liite 11)

Myös paaston aikaan voi saada maukasta ruokaa. Tämä voidaan todistaa ehdottamalla asiakkaille esimerkiksi paastopiiras unikonsiemenen kera (liite 12) tai vaikkapa perunavuoka (liite 13).

Syksykampanja (1.9–30.11) (liite 14)

Tämä kampanja voi alkaa syksyllä. Kampanja tarjoaa asiakkaille lämmintä keittoa. Kun tulee syksy ja ulkona on kylmä, asiakas haluaa jotain lämmintä. Silloin hän voi tulla ravintolavaunuun nauttimaan lämmintä venäläistä keittoa. Sekin voidaan tarjota vodkan tai teen kera. Keitot, jotka voivat olla vaihtoehtoina ovat borsch (liite 15), lihaseljanka (liite 16) ja hernekeitto savulihan kera (liite 17).

7 Kalenteri vuosittaisista juhlista

7.1 Venäjän vuosittaisten juhlien kalenteri

Venäjän federaation työlainsäädännön mukaan työajan standardi vuonna 2013 on 1970 tuntia (40 tuntia viikossa) ja vapaapäivät vuonna 2013 ovat (Janaulskaja päivälehti Variant-52 2012):

- 1. –5. tammikuuta – uusi vuosi
- 7. tammikuuta – joulukuuta
- 2. helmikuuta – isänmaan puolustajien päivä
- 8. maaliskuuta – kansanvälinen naisten päivä
- 1. toukokuuta - kevään ja työn juhla
- 9. toukokuuta – voiton päivä
- 12. kesäkuuta – Venäjän itsenäisyyspäivä
- 4. marraskuuta – vallankumousjuhla

Vuosikelloon on merkitty myös kansalliset perinteiset päivät, kuten:

14. tammikuuta - Vanhan kirkollisen kalenterin mukainen uusi vuosi

11.–17.3.2013 - Laskiaisviikko

18.3–4.5.2013 - Ortodoksinen paasto

5. toukokuuta 2013 – Pääsiäinen

Tammikuu								Helmikuu								Maaliskuu							
	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
1	31	1	2	3	4	5	6	5	28	29	30	31	1	2	3	9	25	26	27	28	1	2	3
2	7	8	9	10	11	12	13	6	4	5	6	7	8	9	10	10	4	5	6	7	8	9	10
3	14	15	16	17	18	19	20	7	11	12	13	14	15	16	17	11	11	12	13	14	15	16	17
4	21	22	23	24	25	26	27	8	18	19	20	21	22	23	24	12	18	19	20	21	22	23	24
5	28	29	30	31	1	2	3	9	25	26	27	28	1	2	3	13	25	26	27	28	29	30	31

Huhtikuu							Toukokuu							Kesäkuu									
	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
13	1	2	3	4	5	6	7	17	29	30	1	2	3	4	5	21	27	28	29	30	31	1	2
14	8	9	10	11	12	13	14	18	6	7	8	9	10	11	12	22	3	4	5	6	7	8	9
15	15	16	17	18	19	20	21	19	13	14	15	16	17	18	19	23	10	11	12	13	14	15	16
16	22	23	24	25	26	27	28	20	20	21	22	23	24	25	26	24	17	18	19	20	21	22	23
17	29	30	1	2	3	4	5	21	27	28	29	30	31	1	2	25	24	25	26	27	28	29	30

Heinäkuu							Elokuu							Syyskuu									
	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
25	1	2	3	4	5	6	7	29	29	30	31	1	2	3	4	33	26	27	28	29	30	31	1
26	8	9	10	11	12	13	14	30	5	6	7	8	9	10	11	34	2	3	4	5	6	7	8
27	15	16	17	18	19	20	21	31	12	13	14	15	16	17	18	35	9	10	11	12	13	14	15
28	22	23	24	25	26	27	28	32	19	20	21	22	23	24	25	36	16	17	18	19	20	21	22
29	29	30	31	1	2	3	4	33	26	27	28	29	30	31	1	37	23	24	25	26	27	28	29
																38	30	1	2	3	4	5	6

Lokakuu							Marraskuu							Joulukuu									
	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su		Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
38	30	1	2	3	4	5	6	43	28	29	30	31	1	2	3	47	25	26	27	28	29	30	1
39	7	8	9	10	11	12	13	44	4	5	6	7	8	9	10	48	2	3	4	5	6	7	8
40	14	15	16	17	18	19	20	45	11	12	13	14	15	16	17	49	9	10	11	12	13	14	15
41	21	22	23	24	25	26	27	46	18	19	20	21	22	23	24	50	16	17	18	19	20	21	22
42	28	29	30	31	1	2	3	47	25	26	27	28	29	30	1	51	23	24	25	26	27	28	29
																52	30	31	1	2	3	4	5

1 – viikon numero

5 – työpäivä

3 – juhlapäivä tai vapaapäivä

30 – lyhennetty työpäivä

8 Pohdinta

Esittelen venäläisten vuotuisjuhlien kalenterin tuotekehitysryhmän seuraavassa tapaamisessa. Kerron jokaisesta juhlapäivästä erikseen sekä korostan joidenkin päivien tärkeyttä venäläisille. Näin yritän todistaa päivien merkityksen, ei pelkästään venäläisille, mutta myös suomalaisille. Tarkoituksena on auttaa myyntikampanjan tekemisessä sekä ehdottaa muutamaa kampanjaa ensi vuodelle 2013. Olen tuotekehitysryhmässä ainut venäläinen ja tehtäväni on kertoa mielialpiteitä venäläisestä näkökulmasta ja ehdottaa tuotteita, jotka voisivat olla sopivia venäläisille asiakkaille.

Opinnäytetyön tein omien havaintojen, tietojen ja asiakkaan tarvekartoituksen perusteella. Olen ollut kansainvälisissä junissa töissä jo melkein 4 vuotta. Työn aikana olen saanut Allegron palvelusta ja menusta palautetta, joka auttoi opinnäytetyön kirjoittamisessa. Tarvekartoitus auttaa selvittämään asiakkaiden tarpeet sekä kiinnostuksen yrityksen palveluita kohtaan. Sen avulla voi kasvattaa asiakkaan keskiöstosta sekä parantaa asiakastytyväisyyttä. Tarvekartoitusvaiheessa myyjän täytyy selvittää asiakkaan tarpeet, toiveet ja odotukset, se auttaa löytämään paremman ratkaisun. (Rubanovitsch & Aalto 2012, 77.)

Yritys kehittää palvelua, jotta se vastaa asiakkaiden tarpeisiin. Feargal Quinnin (1993) mukaan: ”Tärkein yksittäinen taito, jota tarvitaan siinä, kun kehitytään asiakaslähtöisesti, on kyky kuunnella”. Henkilökunnan, johdon ja hallituksen tulisi kuunnella asiakasta. Henkilöstön tulisi kuunnella ja viedä asiakkaiden viestejä johdolle, mutta johdonkin täytyy kuunnella henkilöstöä sekä asiakkaita. Henkilöstön arvostaminen ja kuunteleminen ovat hyvin tärkeitä, kuten myös asiakaspalvelu ja asiakkaan huomioiminen. (Valvio 2010, 73–78.)

Opinnäytetyöni toiminnallinen osuus toteutetaan ensi vuonna. Ehdotan tuotekehitysryhmässä kampanjoita sekä ruokia toteutettavaksi. Haluan, että uudet kampanjat voivat tuoda uuden venäläistyneen imagon Allegro-ravintolavaunuihin. Vaikka kampanjoita ei toteutettaisi, tuon kuitenkin esille, mistä venäläiset pitävät ja mikä sopii venäläiseen makuun. Toivon, että ehdo-

tuksistani on hyötyä toimeksiantajalleni ja hän paremmin voi ymmärtää venäläistä sielua.

Lähteet

- Alho, O., Lehtonen, J., Raunio, A. & Virtanen, M. 1996. Ihminen ja kulttuuri. Suomalainen kansainvälistyvässä maailmassa. Helsinki: FINTRA.
- Alstom Finland Oy. http://www.alstom.com/Global/Finland/Resources/Documents/Allegro%20brochure_fin.pdf. 2.9.2012.
- Aromäki, J. 1998. Venäjäkirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Ajatus.
- Autio, S. & Rislakki, E. 2011. Mediaatio. LK-keskus. <http://www.koulukino.fi/ckfinder/userfiles/files/Stereotyyppi.pdf>. 12.9.2012.
- Atamani. 2012. <http://www.atamani.ru/atamanfeed/3156>. 28.10.2012.
- Avecra Oy. 2012. <http://avecra.fi/>. 24.9.2012.
- Birzhakov, M.B. 2002. Vvedenie v turizm. Pietari: Izdatelskij dom Gerda.
- Dvorec. 2012. <http://www.dvorec.ru>. 28.10.2012.
- Ermakovich, D. 2012. 100 samih vkusnih bljud na zemle. Minsk: Harvest.
- Fabrika glamura. 2012. <http://www.fabrikaglamura.ru>. 28.10.2012.
- Foto retshepti. 2012. <http://www.fotorecipe.ru>. 28.10.2012.
- Gribnik. 2012. <http://mushroom-garden.ru>. 28.10.2012.
- Haapaniemi, M. & Moijanen, M. & Muradjan, K. Tak ili kak? Helsinki: Suomalais-venäläinen kauppakamariyhdistys ry.
- Ilyinykh, N. 2007. Suuri venäläinen keittokirja historia, raaka-aineet, perinneruokat. Tsheljabinsk: Arkaim.
- Jablochnie bljuda. 2012. <http://appledishes.ru>. 28.10.2012.
- Janaulskaja päivälehti Variant-52. 2012. Prodovolstvennij kalendar. <http://variant52.ru/kalendar/proizvodstvennui-kalendar-2013.htm>. 9.9.2012.
- Kalendar sobitij. 2012. <http://www.calend.ru/holidays/russtate/>. 15.10.2012.
- Kangas, P. 1992. Myyntityön perusteet. Helsinki: VAPK-kustannus, Opetushallitus.
- Kivikoski, J. 1993. Viestintä työpaikan kehittämisen välineenä. Joensuu: Työministeriö, Työturvallisuus keskus, Tapaturmavakuutuslaitosten Liitto.
- Kniivilä, Lindblom-Yläne & Mäntynen 2007. Tiede ja teksti. Tehoa ja taitoa tekemiseen. Helsinki: WSOY.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Korkman, O. & Arantola, H. 2009. Arki. Eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen. Helsinki: Sanoma Pro.
- Kulinarnaja saga. 2012. <http://vatrushkak4ay.ru>. 28.10.2012.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos.
- Laine-Sveiby, K. 1987. Kansallinen kulttuuri strategiana. Suomi ja Ruotsi – eroja ja yhtäläisyyksiä. Helsinki: Elinkeinoelämän Valtuuskunta.
- Lindroos, J-E. 2010. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOY.
- Maslenitsha. 2011. <http://www.maslenitsa.ru/>. 15.10.2012.
- Matroesjka. 2012. <http://www.matroesjka.net>. 27.10.2012.
- Moskovskij komsomoletsh-lehti. 2012. <http://www.mk.ru/politics/news/2012/10/17/762255-medvedev-podpisal-ukaz-o-perenose-prazdnikov.html>. 19.10.2012.
- Peltola, R. ja Riihimäki, E. 2008. Yritysten kansainvälistyminen 2006. Helsinki: Tilastokeskus.
- Poutanen, A. 2012. VR-konsernin henkilöstölehti Nyt (9), 2–17.

- Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1994. Suunnitelmallinen markkinointi. Helsinki: Weilin+Göös Oy.
- Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2012. Myy enemmän – myy paremmin. Helsinki: Oy Imperial Sales Ab.
- Räty, M. 2002. Maahanmuuttaja asiakkaana. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Say7. 2012. <http://www.say7.info>. 28.10.2012.
- Sergeeva, A. 2009. Kultura pitija v Rossii. 2009. <http://www.mnogodetnaya-semya.ru/Semaya%20Kurbatovix/Semaya%20Kurbatovix/O%20ruskix10.html>. 11.9.2012.
- Siukosaari, A. 1999. Markkinointiviestinnän johtaminen. Helsinki: WSOY.
- Staroverov, A. Kultura pitija – detjam. 2008. <http://www.ligis.ru/librari/3148.htm>. 11.9.2012.
- Stepanov, N. 1992. Narodnie prazdniki na Svjatoj Rusi. Moskva: Rossijskij rari-tet.
- Suojanen, P. 1996. Kulttuurien tutkijan arki. Jyväskylä: Antrokirjat.
- Suomi–Venäjä -seura. 2005. Venäläinen tapakulttuuri: perinteitä ja nykypäivä. Helsinki: Suomi–Venäjä -seura.
- Suvanto, P. & Vahvaselkä, I. 1993. Kansainvälistyvän yrityksen markkinointi. Helsinki: Weilin+Göös.
- Tilastokeskus. 2012. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät 6 prosenttia kesäkuussa 2012. http://tilastokeskus.fi/til/matk/2012/06/matk_2012_06_2012-08-16_tie_001_fi.html. 19.10.2012.
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Kaup-pakamari.
- Venäjän Federaation eduskunta. 2001. Venäjän federaation työlainsäädäntö. Artikkel 112. <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=122045>. 8.9.2012.
- Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Vilkka, H. & Airaksinen T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tam-mi.
- Vtorie bljuda. 2012. <http://liiw.ru>. 28.10.2012.
- Zabilin, M. 1996. Russkij narod. Ego obichai, obrjadi, predanija, sueverija i poezija. Rostov-na-Donu: Feniks.
- Zetterberg, S. Yhteisellä matkalla. VR 150 vuotta. 2011. Helsinki: WSOY.
- 9 may. 2012. <http://www.9may.ru>. 27.10.2012.

Menu take away -tuotteista ryhmille



MATKALLE MUKAAN -paketit ryhmille
TAKE AWAY - PACKAGES FOR GROUPS

Baguette á la Allegro 13,00 €

täytetty patonki	Filled baguette	багет с начинкой
cookie	cookie	печенье
lähdevesipullo 0,5l	Spring water	родниковая вода
kahvi tai tee	coffee or tea	кофе или чай

Feel good á la Allegro 10,00 €

juustoruisleipä	rye bread with cheese	ржаной хлеб с сыром
jogurtti	yoghurt	йогурт
tuoremehu	juice	сок
kahvi tai tee	coffee or tea	кофе или чай

Savulohipastalautanen á la Allegro 14,50 €

Penne pasta, savulohta, herneitä, punasipulia, jääsalaattia, limemajoneesia, sitruunaa, tilliä, sämpylä. Jälkiruokana omenapiirakka.

Pasta, smoked rainbow trout, peas, red onion, lettuce, lime mayonnaise, lemon, dill, roll, apple pie.

Паста, копченый лосось, горох, красный лук, салат-латук, майонез с соком лайма, лимон, укроп, хлеб. На десерт яблочный пирог.

Broilerlautanen á la Allegro 14,50 €

Nuudeli-kasvisalaattia, broilerin filettä, sweet&sourkastiketta, persiljaa, jääsalaattia, sämpylä. Jälkiruokana omenapiirakka.

Chicken, noodlesalad, sweet&sour sauce, lettuce, parsley, roll and APPLE PIE

Курица, салат из лапши, соус sweet&sour, петрушка, салат-латук, хлеб. На десерт яблочный пирог.

Paahtopaistilautanen á la Allegro 14,50€

Paahtopaistia, kaalisalaattia, kirsikkatomaattia, jääsalaattia, pippurimajoneesia, sämpylä. Jälkiruokana omenapiirakka.

Roast beef, lettuce, coleslaw, cherrytomato, peppermayonnaise, roll. Apple pie.

Ростбиф, салат-латук, салат из сырой капусты, моркови, лука, заправленный майонезом, томаты черри, майонез с перцем, хлеб. На десерт яблочный пирог.

Tuotteet on pakattu erilliseen take away -rasiaan, joka on helppo ottaa mukaan osastolle.
 Вся продукция упакована в отдельную коробку, которую можно взять с собой.

Tilaukset ja muutokset henkilömäärään tulee tehdä viimeistään 4 arkipäivää ennen matkaa. Sen jälkeen tehtyjä muutoksia emme valitettavasti voi huomioida. Edellytämme yhtenäistä tilausta koko ryhmälle. AVECRA Oy pidättää oikeuden mahdollisiin tuote- ja hintamuutoksiin.

Allegron kulkuajat

28. lokakuuta alkaen Suomen ja Venäjän välillä aikaero on kaksi tuntia.

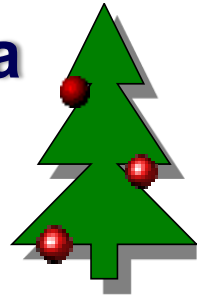
Allegron kulkuajat 28.10.–30.3.2013 Suomen ajassa.

Paikkakunta	AE33	AE35	AE37	AE39
Helsinki	5.12	9.00	14.00	18.00
Pasila	5.18	9.06	14.06	18.06
Tikkurila	5.28	9.16	14.16	18.16
Lahti	6.02	9.50	14.50	18.50
Kouvola	6.28	10.16	15.16	19.16
Vainikkala	7.14	11.02	16.02	20.02
Viipuri	7.44	11.32	16.32	20.32
Pietari	8.48	12.36	17.36	21.36

Paikkakunta	AE30	AE34	AE36	AE38
Pietari	4.50	9.25	13.25	18.25
Viipuri	5.55	10.30	14.30	19.30
Vainikkala	6.31	11.06	15.06	20.06
Kouvola	7.12	11.47	15.47	20.47
Lahti	7.38	12.13	16.13	21.13
Tikkurila	8.12	12.47	16.47	21.47
Pasila	8.21	12.56	16.56	21.56
Helsinki	8.26	13.01	17.01	22.01

Uuden vuoden ja joulun kampanja

Maistaa venäläistä uutta vuotta Попробуй вкус Нового Года



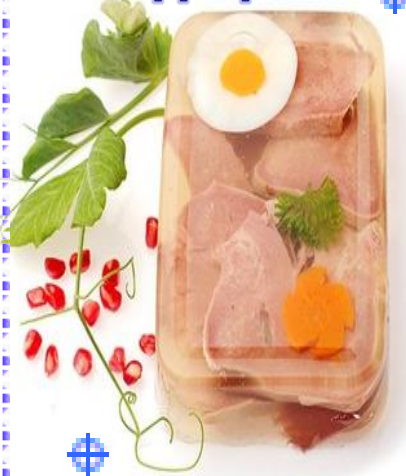
Olivier-salaatti
Салат Оливье



Kuohuviini "Sovetskoe"
Советское Шампанское



Huutelöity liha
Холодец



Omenoiden kera
raahdettua hanhea
Гусь с яблоками



BISTRO
ALLEGRO

Olivier-salaatti

6 annosta

- 150 g** palvikinkkua
- 1** suolakurkku tai maustekurkku
- 1** porkkana
- 1** kananmuna
- 2** perunaa
- ½ prk** säilöttyjä herneitä



Olivier-salaatti. (Say 7 2012.)

Kastike

- 150 g** crème fraîche
- ½ dl** majoneesia
- suolaa, pippuria

1. Valmista ensin kastike. Sekoita kastikkeen ainekset kulhossa. Maista ja mausta tarvittaessa suolalla. Nosta kastike jääkaappiin salaatin valmistumisen ajaksi.
2. Keitä vihannekset ja kananmuna.
3. Leikkaa palvikinkku ja keitetyt vihannekset ja kananmuna kuutioiksi. Sekoita salaattiainekset salaattikulhossa.
4. Lisää kastike ja sekoita vielä kerran.
5. Salaatin voi koristella tillillä tai herneillä.

Hyytelöity liha

8 annosta

250 g siansorkkia

750 g rasvatonta sianlihaa

150 g vihanneksia ja kasviksia
(porkkanaa, sipulia, lehtiselleriä,
persiljaa)

1–2 laakerinlehteä

2 valkosipulinkynttä

muutamia kokonaisia mustapippureita

suolaa



Hyytelöity liha. (Kulinarnaja saga 2012.)

1. Peitä sianliha ja sorkat 1 ½ litralla kylmää vettä ja keitä hiljaisella tulella 3 tuntia, lisää sitten pilkotut vihannekset ja kasvikset ja anna kiehua hiljaa, kunnes liha alkaa irrota luista. Mausta kypsennyksen lopuksi suolalla ja lisää laakerinlehdet ja pippuria.

2. Siivilöi liemi, kuutioi luuton liha.

3. Yhdistä liemi ja kuutioitu liha, mausta suolan kanssa murskatulla valkosipulilla, kuumenna kiehumispisteeseen, kaada muotteihin ja anna jäähtyä.

4. Ennen tarjoilua poista rasva hyytelöidyn lihan pinnalta, siirrä liha tarjoiluastiaan ja koristele tuoreilla yrteillä. Voit tarjoilla etikkaa, sinappia tai piparjuurikastiketta erikseen ruoan lisukkeena. (Ilyinykh 2007, 80.)

Omenoiden kera paahdettua hanhea

Täytetty hanhi oli aikaisemmin joulun ja uuden vuoden pääruoka. Se täytetään yleensä omenoilla, perunoilla tai luumuilla.

6-8 annosta

1 hanhi

1 kg omenoita

2 valkosipulikynttä

suolaa



Omenoiden kera paahdettua hanhea. (Jablochnie bljuda 2012.)

1. Kuivaa hanhi, suolaa se sisältä ja ulkoa ja hiero pintaan valkosipulia.
2. Kuori omenat, poista siemenkodat ja lohko neljään osaan.
3. Täytä hanhi omenoilla, pane se uunipellille selkä alaspäin ja paahda uunissa 2–3 tuntia.
4. Valele lintua aika ajoin kypsennyksen aikana linnusta tihkuvalla nesteellä. Paista lisukeomenat erikseen uunissa.
5. Aseta kypsä hanhi astiaan paistettujen omenoiden kera ja koristele hedelmillä, marjoilla ja tuoreilla yrteillä. (Ilyinykh 2007, 52.)

Isänmaan puolustajien päivän kampanja

Ruokaa oikealle miehelle Еда для настоящего мужчины

Naudanpataa venäläiseen tapaan
Жаркое из говядины



Standart-vodka 5 cl
Водка Стандарт 50 мл

BISTRO
ALLEGRO

Naudanpataa venäläiseen tapaan

6 annosta

900 g naudan selkäpaistia

2 ruokalusikallista vehnäjauhoja

300 g sipulia

1 porkkana

¼ juuriselleri

60 g ruisleipää

90 g suolattua sianrasvaa

6 dl lihalientä

60 g kasviöljyä tai sulatettua ihoa

60 g smetanaa

kokonaisia pippureita, laakerinlehti, tuoreita yrttejä



Naudanpataa venäläiseen tapaan.
(Vtorie bljuda 2012.)

1. Leikkaa liha poikkisyyin paksuiksi annospaloiksi, kääntelee palat jauhoissa ja paista kasvisöljyssä tai sulatetuissa ihrassa, kunnes niiden pinta on kauniin kullanuskea.

2. Vuoraa tulenkestävän vuoan pohja ohuilla viipaleilla suolattua sianrasvaa.

3. Asettele paksut lihapalat vuokaan rasvaviipaleiden päälle, peitä hienoksi leikatulla sipulilla, porkkanalla ja juurisellerillä. Mausta suolalla. Lisää kuutioitu leipä, kokonaiset pippurit ja laakerinlehti. Jatka näin, vuorotellen liha-, kasvis- ja leipäkerroksia ja mausteita. Kaada liemi (jonka voit halutessasi tehdä liemikuu- tioista) ruokaan niin, että ylin kerros peittyy.

4. Nosta vuoka liedelle, kuumenna kiehumispisteeseen, peitä sitten kannella ja hauduta 170-asteisessa uunissa 1 ½ – 2 tuntia. 30 minuuttia ennen kypsennyk- sen loppua lisää ruokaan smetanaa ja mausta suolalla maun mukaan. Tarjoile liha kasvisten kera, ammenna päälle paistinlientä ja ripottele pinnalle hienonnet- tuja tuoreita yrttejä. Tarjoile lisukkeena keitettyjä perunoita.

Padan voi valmistaa myös erillisissä saviastioissa. Pataan sopii mikä tahansa ruisleipä. Ruoasta tulee kuitenkin herkullisinta, jos sille antaa viimeisen silauk- sen kuminansiemenillä. Käytä siksi mieluiten maustamatonta ruisleipää. (Ilyinykh 2007, 124.)

Laskiaisviikon kampanja



Letut smetanan, hunajan tai marmeladin kera
Блины со сметаной, медом или
мармеладом



BISTRO
ALLEGRO

Letut marjojen kera

6 annosta

2 munaa

6 dl maitoa

150 g vehnä jauhoja

½ teelusikallinen sokeria

½ teelusikallinen suolaa

2 ruokalusikallista kirkastettua voita

mansikoita



Letut marjojen kera. (Dvorec 2012.)

1. Vatkaa taikinaa varten munat ja lisää tilkka maitoa.
2. Sihtaa joukkoon jauhot, lisää loppu maito, suola ja sokeri. Sekoita, kunnes taikina on tasaista.
3. Paista letut voissa tulisen kuumalla pannulla.
4. Tarjoile letut marjojen kera. (Ilyinykh 2007, 57.)

Ortodoksisen paaston kampanja



Ortodoksinen
raasto
Побалуй себя в
Великий пост

Perunavuoka
Запеканка с картофелем



Raastopiiras unikonsiementen
kera
Пирог с маком



BISTRO
ALLEGRO

Paastopiiras unikonsiementen kera

6 annosta

10–12 ruokalusikallista unikonsiemeniä

6 ruokalusikallista hunajaa

1,2 kg vehnäjauhoja

5 dl vettä

50 g hiivaa

2 ½ dl kasviöljyä

1 ruokalusikallinen makeutettua teetä

jauhettuja korianterinsiemeniä

vanilliinia

suolaa



Paastopiiras unikonsiementen kera.

(Foto retshepti 2012.)

1. Liuota taikinaa varten hiiva lämpimään veteen, lisää 5 desilitraa jauhoja, sekoita ja anna nousta lämpimässä paikassa. Kun taikina nousee, alusta se, lisää suolaa, öljyä, jäljellä olevat jauhot sekä korianterinsiemenet ja alusta taikina uudelleen. Peitä kulho ja anna jälleen nousta. Vaivaa taikinaa kaksi kertaa taikinan noustessa.
2. Sekoita täytettä varten hunaja ja unikonsiemenet kasarissa ja anna poreilla hämmentäen 5–8 minuuttia. Jäähdytä.
3. Kauli taikina yhden sentin paksuiseksi levyksi. Nosta se leivinpaperille. Levitä taikinan päälle täytettä ja tee sen päälle kuvioita jäljellä olevasta taikinasta.
4. Tee reunukset ja voitele taikinan pinta makeutetulla teellä. Paista piiras 230-asteisessa uunissa. (Ilyinykh 2007, 194.)

Perunavuoka

6 annosta

5 perunaa

300 g sieniä

3 ruokalusikallista öljyä

1 valkosipulikynsi

1 ruokalusikallinen korppujauhoja
suolaa



Perunavuoka. (Gribnik 2012.)

1. Hiero uunivuoan sisäpintaa leikatulla valkosipulinkynnellä ja voitele se öljyllä.
2. Levitä vuokaan hienoksi viipaloidut perunat.
3. Levitä kerros hienonnettuja sieniä perunoiden päälle, mausta suolalla ja pirs-kottele öljyä päälle. Asettele vuokaan seuraava kerros perunoita ja kaada taas tilkka öljyä.
4. Ripottele vuoan pintaan korppujauhoja. Paista 180-asteisessa uunissa 40–50 minuuttia.
5. Koristele vuoka tuoreilla yrteillä ennen tarjoilua. (Ilyinykh 2007, 186.)

Syksykampanja

Maut lämmittävät syksyn Частичка тепла в осень

Maistaa venäläistä keittoa teen tai vodkan kera



Borsch-keitto
Борщ

Hernekeitto savulihan kera
Гороховый суп



Lihaseljanka
Солянка



BISTRO
ALLEGRO

Borsch-keitto

8 annosta

800 g punajuurta
200 g valkokaalia
2–3 porkkanaa
yksi sipuli
2 varsisellerin vartta
2–3 rkl tomaattipyreetä
1 kg naudan keittolihaa,
 lapaa tai kylkeä luineen
 laakerinlehti
 kokonaisia maustepippureita
 suolaa
 korkillinen viinietikkaa



Borsch-keitto. (Foto retshepti 2012.)

1. Laita kattilaan lihat (älä pilko lihaa vielä), kuorittu kokonainen sipuli, yksi porkkana, laakerinlehti, pippurit ja suolaa. Lisää vettä sen verran, että lihat peittyvät. Keitä aineksia alhaisella lämmöllä 1–2 tuntia kunnes liha on kypsää. Voit välillä kuoria liemen päälle nousevaa vaahtoa pois.
2. Kun lihat alkavat kypsyä, kuori ja pilko juurekset ohuiksi tikuiksi ja viipaloi kaali.
3. Kun liha on kypsää, siivilöi liemi ja ota lihat pois. Laita liemi takaisin kattilaan (tai uunipataan) ja lisää kaikki kasvikset. Lisää myös tomaattipyree. Keitä aineksia uudelleen miedolla lämmöllä (tai laita uuniin 150 asteeseen). Pilko tällä välin liha suupaloiksi. Kun kasvikset alkavat pehmetä, lisää lihapalat joukkoon. Hauduta lisää. Keitto on valmista, kun kasvikset ovat pehmeitä.
4. Tarkista lopuksi maku. Lisää tarvittaessa suolaa ja pippuria ja viimeiseksi korkillinen viinietikkaa. Nauti smetanan kanssa.

Lihaseljanka

Lihaseljanka on voimakasarominen, siihen laitetaan väkeviä mausteita. Yleensä keittoon lisätään kapriksia, sitruunaa tai oliiveja. Seljankaan saa laittaa savustettua lihaa tai kaikenlaisia makkaroita.



Lihaseljanka. (Atamani 2012.)

6 annosta

200 g vasikanlihaa

80 g kinkkua ja makkaraa

100 g säilöttyä kurkkua

1 sipuli

50 g säilöttyjä herkkusieniä

50 g kivettömiä vihreitä oliiveja

80 g kapriksia

1 l lihalientä

4 ruokalusikallista voita

1 ruokalusikallinen tomaattipyreetä

50 g mustia oliiveja

1 sitruunaa

1 ¼ dl smetanaa

suolaa, jauhettua mustapippuria

1. Hiero vasikanlihaan suolaa ja pippuria ja paista liha kokonaisena uunissa.
2. Keitä kieltä, pane se kylmään veteen 3–4 minuutiksi ja kuori.
3. Viipaloi makkara ja kinkku. Hakkaa vasikanliha ohuiksi suikaleiksi.
4. Paista hienoksi hakattua sipulia voissa, lisää viipaloidut sienet, hienoksi leikatut kurkut ja tomaattipyree ja paista kaikkia yhdessä pannulla. Kaada joukkoon hieman lientä ja hauduta kannen alla hiljaisella tulella kypsäksi.
5. Pane hienonnettu liha, haudutetut kasvikset, oliivit ja kaprikset liemeen, mausta suolalla ja pippurilla ja anna poreilla 15 minuuttia.
6. Lisää seljankaan ennen tarjoilua smetana ja mustat oliivit, koristele hienonnetuilla tuoreilla yrteillä. Tarjoile sitruunasiivuja erikseen. (Ilyinykh 2007, 40.)

Hernekeitto savulihan kera

8 annosta

1,6 dl lientä savulihan kera

160g savustettua sianlihaa

280 g herneitä

25 g persiljanjuurta

100 g sipulia

100 g porkkanaa

suolaa, kokonaisia mustepippureita



Hernekeitto savulihan kera.

(Fabrika glamura 2012.)

1. Liota herneitä kylmässä vedessä 3–4 tuntia.
2. Keitä savustetun sianlihan luita liemikuutioista ja savustetusta lihasta valmistetussa liemessä tai tavallisessa lihaliemessä.
3. Kuutioi sipuli, porkkana ja persiljanjuuri.
4. Kuutioi savustettu sianliha ja paista, kunnes rasva sulaa, lisää sitten sipuli ja kypsennä 5 minuuttia. Lisää tämän jälkeen porkkana ja persilja. Paista niitä pannulla, kunnes rasva saa hieman väriä.
5. Pane liotetut herneet kiehuvaan liemeen ja anna kiehua hiljaa ilman suolaa, kunnes herneet ovat kypsiä. Lisää sitten keitetyt vihannekset ja kasvikset yhdessä sianlihan kanssa, mausta suolalla ja pippurilla. Anna kiehua hiljaa vielä 15–20 minuuttia.
6. Kaada keitto lautasille ja koristele hienonnetuilla tuoreilla yrteillä. (Ilyinykh 2007, 91.)